

## **HUBUNGAN TEORI MM (*MOTIVATIONAL MODEL*), PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI BIBIT TENERA PADA PERKEBUNAN RAKYAT**

(Studi Kasus Pada Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

Saprida, Abednego S Karosekali, Albert Sianturi

Fakultas Agro Teknologi, Jurusan Agribisnis  
Universitas Prima Indonesia

Koresponden : [saprida\\_sgt@yahoo.com](mailto:saprida_sgt@yahoo.com)

### **ABSTRAK**

Hubungan Teori MM (*Motivational Model*), Pengetahuan Produk, Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Bibit Tenera Pada Perkebunan Rakyat (studi kasus pada petani kelapa sawit di Kecamatan Kuala, Kabupaten Langkat).

Faktor bibit memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan penanaman kelapa sawit. Oleh karena itu tenera merupakan bahan tanam yang dapat meningkatkan produktivitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat beli bibit tenera pada perkebunan rakyat melalui teori MM, pengetahuan produk dan persepsi harga. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan SEM PLS (*Structural Equation Modelling*), data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuisioner, pengelolaan data dibantu oleh Microsoft Excel 2013. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 15-29 Juni 2020. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci: SEM-PLS, Niat Beli, Teori MM (*Motivational Model*), Pengetahuan, Produk

### **PENDAHULUAN**

Kelapa sawit merupakan salah satu tanaman industri yang diyakini bisa membantu pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan di Indonesia. Hal ini dikarenakan industri kelapa sawit merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui, berupa lahan yang subur, tenaga kerja yang produktif, dan sinar matahari yang melimpah sepanjang tahun. Kelapa sawit merupakan tanaman yang paling produktif dengan produksi minyak per ha yang paling tinggi dari seluruh tanaman penghasil minyak nabati lainnya (Pahan, 2006).

Rata-rata produktivitas kelapa sawit rakyat sekitar 16 ton TBS/ha/tahun (KISWANTO et al., 2008). Produktivitas yang relatif rendah tersebut masih jauh di bawah produksi optimal yang bisa dicapai, yaitu 30 ton TBS/ha/tahun (CORLEY, 1996). Menurut JANNAH et al., (2012), rendahnya produktivitas dan mutu produksi di perkebunan kelapa sawit rakyat adalah permasalahan umum. Produksi *Crude Palm Oil* (CPO) perkebunan sawit rakyat hanya 2,5 ton/ha/tahun dan minyak inti sawit (PKO) 0,33 ton/ha/ tahun. Sementara itu, pada perkebunan negara dan swasta rata-rata produksi CPO mencapai 3,48-4,82 ton/ha/tahun dan PKO 0,57-0,91 ton/ha/tahun (KISWANTO et al., 2008). Hal itu mengindikasikan bahwa produktivitas kebun kelapa sawit rakyat masih

sangat berpeluang untuk ditingkatkan. Kelapa sawit memiliki banyak jenis, berdasarkan ketebalan cangkangnya kelapa sawit dibedakan menjadi *Dura*, *Pisifera* dan *Tenera*. *Dura* merupakan sawit yang buahnya memiliki cangkang tebal sehingga dianggap dapat memperpendek umur mesin pengolah namun biasanya tandan buahnya besar-besar dan kandungan minyak berkisar 18%. *Pisifera* buahnya tidak memiliki cangkang namun bunga betinanya steril sehingga sangat jarang menghasilkan buah. *Tenera* adalah persilangan antara induk *Dura* dan *Pisifera*. Jenis ini dianggap bibit unggul sebab melengkapi kekurangan masing-masing induk dengan sifat cangkang buah tipis namun bunga betinanya tetap fertil. Beberapa tenera unggul persentase daging per buahnya dapat mencapai 90% dan kandungan minyak pertandannya dapat mencapai 28% (Didiek, 2005).

Salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian secara khusus dalam menunjang program pengembangan areal tanaman kelapa sawit adalah penyediaan bibit yang sehat, potensinya unggul dan tepat waktu. Faktor bibit memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan penanaman kelapa sawit. Kesehatan tanaman masa pembibitan mempengaruhi pertumbuhan dan tingginya produksi selanjutnya, setelah ditanam di lapangan. Sehingga pemahaman tentang niat menggunakan bibit jenis tenera penting untuk dipelajari. Saat ini menggunakan bibit jenis tenera belum sepenuhnya didapatkan. Kegiatan pengenalan melalui komunikasi yang lebih efektif diutamakan untuk mengubah perilaku petani agar menjadi lebih berkualitas dalam memilih bibit. Oleh karena itu, teknis pelaksanaan pembibitan perlu mendapat perhatian besar dan khusus (PPKS, 2006). Disisi lain, belum ada informasi yang lengkap tentang faktor yang mempengaruhi niat petani untuk menggunakan bibit tenera. Oleh karena itu, dilakukan penelitian dalam upaya menyediakan informasi dengan judul "Hubungan Teori MM (Motivational Model), *Knowledge Produc*, *Perception Price*, Terhadap Niat Beli Bibit Kelapa Sawit Varietas Tenera Pada Perkebunan Rakyat (Studi Kasus Pada Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat Sumatera Utara)"

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Perkebunan Rakyat Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-April 2020.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung kepada petani kelapa sawit, dimana responden akan memberikan respon verbal atau respon tertulis sebagai tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Data Primer, adalah data mengenai pendapat petani tentang niat beli bibit varietas tenera. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Dalam penelitian ini, data sekunder hanya mendukung pengumpulan data awal sebagai output penelitian

Dalam penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Rao Purba (1996) yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

n = Besar sampel

Z =Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 10% dengan menggunakan ttabel

4 = Nilai konstanta

Moe = *Margin of error (error)* atau kesalahan maksimal yang bisa dikolerasi, disini ditetapkan 10% atau 0,1.

$$n = \frac{(1,66)^2}{4 (0,1)^2}$$

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar  $n = 68,75$  atau 69 sampel minimum.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dipandu dengan wawancara. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner yang didistribusikan kepada petani kelapa sawit yang berupa kuesioner tertutup, dimana kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1-5 dimana 1 menunjukkan tingkatan sangat tidak setuju, sedang tingkatan 5 menunjukkan sangat setuju. Urutan skala terdiri dari:

Skala Pengukuran Responden Kinerja Karyawan (Skala *Likert* 1s.d 5) Sangat tidak setuju  
Sangat setuju 1 2 3 4 5

Skala 1 – 5 dipilih untuk memudahkan

responden dalam memberikan penilaian atas pertanyaan atau pernyataan yang diajukan.

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian, instrumen penelitian harus teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) 3.0

## Metode Pengolahan Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih untuk analisis data adalah metode SEM (*Structural Equation Model*) yang dioperasikan menggunakan program Smart PLS 3.0. Berikut adalah langkah-langkah menganalisis data menggunakan Smart PLS 3.0.

1. Uji Asumsi dengan mengevaluasi *outer model* (*measurement model*). Untuk mengevaluasi *outer model* adalah dengan menguji validitas konstruk dengan pendekatan nilai *loading factor* dengan bobot *factor* > 0,5 (Hair et al, 2010; Ghazali, 2008). Dan uji validitas menggunakan pendekatan *convergent validity* dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:60).

Kemudian untuk menguji reliabilitas konstruk dengan menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan nilai *Cronbach's Alpha* harus >0,6 dan *Composite Reliability* >0,7 agar konstruk tersebut reliabel (Jogiyantodan Abdillah, 2009:60).

### 2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*).

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Nilai *R-square* yang menunjukkan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Untuk nilai *R-square* > 75% dapat dikatakan sangat bagus/besar, 50-70 % dikatakan bagus/besar, 25-50 % dikatakan sedang/moderat, dan < 25 % dikatakan kecil (Singh, 2007, 181)

### 3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah dengan melihat nilai *path coefficient* jika *T* statistik  $\geq 1,66$  maka nilai tersebut signifikan pada *alpha* 10%.

### Model Pengukuran (*outer model*)

*Outer model* yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, yang menjelaskan karakteristik variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (Wiyono, 2011 dalam Budi Prasetya, 2014).

### Uji Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang

diukur. Dengan kata lain instrumen tersebut dapat mengukur *construct* sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti (Indriantoro dan Supomo, 2002:181). Suatu instrumen dirancang untuk mengukur *construct* tertentu. Validitas konstruk merupakan konsep pengukuran validitas dengan cara menguji apakah suatu instrumen mengukur konstruk sesuai dengan yang diharapkan. Ada dua cara pengujian validitas konstruk, yaitu (1) validitas konvergen, dimana validitas suatu instrumen ditentukan berdasarkan konvergensinya dengan instrumen lain yang sejenis dalam mengukur konstruk dan (2) validitas diskriminan, dimana validitas suatu instrumen ditentukan berdasarkan rendahnya korelasi dengan instrumen lain yang digunakan untuk mengukur konstruk lain (Indriantoro dan Supmo, 2002:183).

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip-prinsip bahwa pengukur pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) dan *average variance extracted* (AVE). Nilai faktor *loading* lebih dari 0,5 (Hair et al, 2010; Ghazali, 2008) dan *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,5 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:60).

Sedangkan validitas diskriminan dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika akar *average variance extracted* (AVE) untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:60).

### Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas dapat dipahami melalui ide dasar konsep tersebut yaitu konsistensi. Peneliti dapat mengevaluasi instrumen penelitian berdasarkan perspektif dan teknik yang berbeda. Pengukuran reabilitas menggunakan indeks numerik yang disebut dengan koefisien (Indriantoro dan Supomo, 2002:180). Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* harus lebih dari 0,6 dan nilai *Composite reliability* harus lebih dari 0,7 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Menurut Wiyono (2011) Metode *Alpha* (*Cronbach's*) banyak dipakai karena rumus yang digunakan tidak terpengaruh jika varian dan ovarian dari komponen-komponennya tidak sama. Rumusnya sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2_{XL}}{\sigma^2_X} \right)$$

Menurut Chin (1988) dalam Wiyono (2011:116) Reabilitas konstruk atau reabilitas komposit pada dasarnya adalah melakukan pengujian terhadap indikator, sejauh mana dapat mengukur konstruk teoritis. Reliabilitas konstruk dapat diuji melalui *composite reliability*. Reabilitas konstruk dapat dihitung berdasarkan rumus berikut ini.

$$pc = \frac{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2}{[(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2 + (\sum_{i=1}^p \delta_i)]}$$

Keterangan :

$pc$  = *internal consistency* atau nilai *composite reliability*

$\lambda_i$  adalah *loading factor* yang menghubungkan konstruk ke indikator *variance error* ( $\delta_i$ ) =  $1 - (\lambda_i^2)$

### Model Struktural (*Inner Model*)

Yaitu spesifikasi hubungan antarvariabel laten (*structural model*), disebut juga dengan *inner relation*, menunjukkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory* dari penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator diskala dengan *zero means* dan unit *varians* sama dengan satu, sehingga parameter lokasi (konstanta) dapat dihilangkan dari model (Wiyono, 2011).

### Uji Hipotesis

Salah satu tujuan penelitian adalah menguji hipotesis. Berdasarkan paradigma penelitian kuantitatif, hipotesis merupakan jawaban atas masalah penelitian yang secara rasional diedukasi dari teori (Indriantoro dan Supmo, 2002). Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) 3.0.

PLS adalah salah satu teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) yang mampu menganalisis variabel laten, variabel indikator dan kesalahan pengukuran secara langsung, PLS dikembangkan sebagai alternatif apabila teori yang digunakan lemah atau indikator yang tersedia tidak memenuhi model pengukuran reflektif (Wiyono, 2011).

Model spesifikasi dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Model *path analysis* secara matematis menjadi model regresi *standardized* (tanpa konstanta) karena kita ingin membandingkan berbagai jalur. Model struktural dievaluasi dengan melihat *Inner model*, menilai *inner model* adalah melihat hubungan antara konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter *path* dan tingkat signifikansinya. Jika T-statistik  $\geq 1,66$  maka nilai tersebut signifikan pada *alpha* 10%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan hasil produksi perbulan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut. Keragaman responden dapat ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini :

Menurut hasil penelitian bahwa sebagian besar responden (82%) adalah pria dan responden wanita (18%). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih dominan daripada wanita di Kecamatan Kuala.

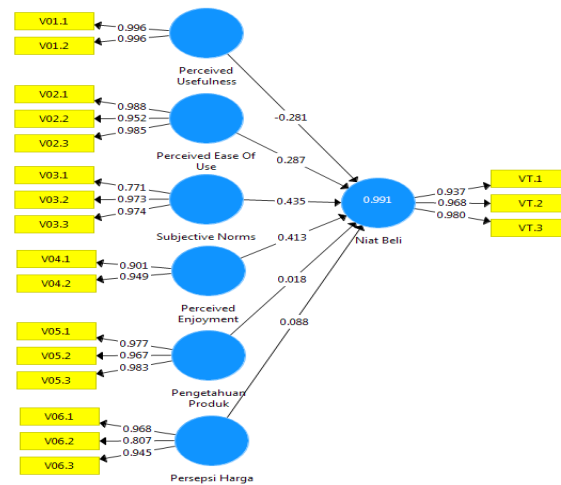
Dan responden berdasarkan usia 30-40 tahun berjumlah 22 orang (22 %), responden berusia 41-50 tahun berjumlah 27 orang (27%), responden berusia 51-60 tahun berjumlah 29 orang (29%), dan responden berusia > 60 tahun berjumlah 22 orang (22%). Dapat dikatakan bahwa karyawan yang lebih tua lebih berpengalaman dalam berpikir dan bertindak serta lebih terbiasa menghadapi persoalan yang muncul dikebun, sehingga mereka telah terbiasa dan lebih mampu melakukan adaptasi dengan permasalahan yang muncul dikebun.

dapat diketahui bahwa responden penelitian dilihat dari pendidikan terakhir yang paling tinggi adalah Sarjana dengan persen 24 orang, SMP dengan persentase (57%) sebanyak 57 orang, SMP dengan persentase (31%) sebanyak 31 orang dan SD (8%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan petani lulusan SMA masih tergolong tinggi daripada tingkat pendidikan Sarjana. Guna mendukung pemahaman dalam bekerja, tingkat pendidikan yang semakin tinggi akan mendorong hasil produksi tinggi.

### Evaluasi Outer Model (*Measurement Model*)

#### Pengujian Validitas dengan Pendekatan Nilai Loading Factor

*Outer Model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) termasuk nilai  $R^2$  sebagai parameter ketepatan model prediksi (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:57). Gambar 1. menyajikan model penelitian. Model penelitian disajikan dalam *software* SmartPLS 3.0



Gambar 1 Gamabar Uji Faktor

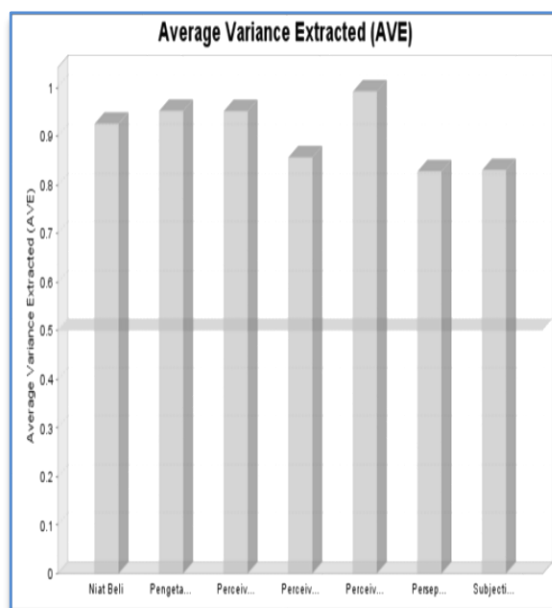
Pada Gambar 2. disajikan *output* smartPLS yang menyajikan nilai-nilai *loading* untuk tiap-tiap indikator. Suatu indikator pertanyaan dikatakan valid apabila nilai loading factor > 0,5 (Hair et al, 2010; Ghozali, 2008).

Berdasarkan hasil *loading factor* yang telah dilakukan, maka pada variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Subjective Norms*, *Perceived Enjoyment*, Pengetahuan Produk, Persepsi Harga dengan nilai *loading factor* > 0,5 Sehingga indikator dengan nilai *loading factor* > 0,5 tersebut tidak dieliminasi.

#### Pengujian Validitas dengan Pendekatan *Convergent Validity* dengan melihat nilai *Average Variance Extract (AVE)*

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip-prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan nilai *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,5 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:60).

Tabel 6. menunjukkan nilai AVE masing-masing lebih dari 0,5 yaitu *Perceived Usefulness* 0,991, *Perceived Ease Of Use* 0,951, *Subjective Norms* 0,830, *Perceived Enjoyment* 0,856, Pengetahuan Produk 0,952, dan Persepsi Harga 0,827. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konstruk mempunyai *convergent validity* yang baik.



Gambar 2 Average Variance Extract (AVE) dari Masing-Masing Variabel Laten

### Pengujian Reliabilitas dengan Pendekatan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

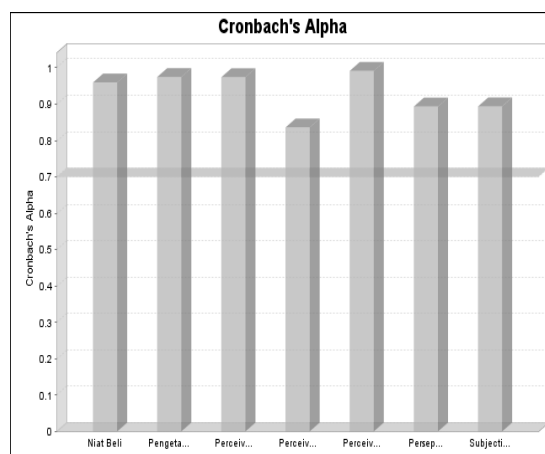
Evaluasi reliabilitas di nilai berdasarkan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Tabel 7. menyajikan nilai *alpha cronbach* dan *composite reliability* untuk masing-masing variabel laten. Nilai *alpha cronbach* adalah di atas 0,6. Sementara nilai batasan *composite reliability* y di atas 0,7 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009:60).

Berdasarkan Gambar 4. menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Subjective Norms*, *Perceived Enjoyment*, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Harga diatas 0.6. Sementara berdasarkan Gambar 5. nilai *Composite Reliability* dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Subjective Norms*, *Perceived Enjoyment*, Pengetahuan Produk,dan Persepsi Harga juga di atas 0,7.

Tabel 1 Construct Reability dan Validity

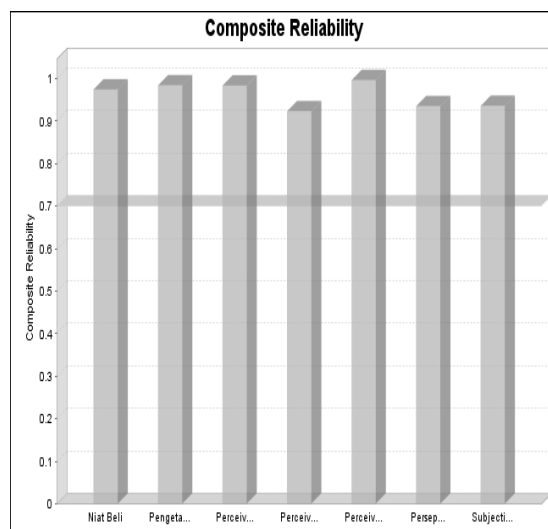
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted
NIAT BELI	0,959	0,961	0,974	0,925

<b>PENGETAHUAN PRODUK</b>	<b>0,975</b>	<b>0,976</b>	<b>0,983</b>	<b>0,952</b>
<b>PERCEIVED EASE OF USE</b>	<b>0,974</b>	<b>0,976</b>	<b>0,983</b>	<b>0,951</b>
<b>PERCEIVED ENJOYMENT</b>	<b>0,836</b>	<b>0,898</b>	<b>0,922</b>	<b>0,856</b>
<b>PERCEIVED USEFULNES</b>	<b>0,991</b>	<b>0,991</b>	<b>0,996</b>	<b>0,991</b>
<b>PERSEPSI HARGA</b>	<b>0,894</b>	<b>0,924</b>	<b>0,934</b>	<b>0,827</b>
<b>SUBJECTIVE NORMS</b>	<b>0,894</b>	<b>0,940</b>	<b>0,935</b>	<b>0,830</b>



Gambar 3 Cronbach Alpha





Gambar 4 Composite Reability

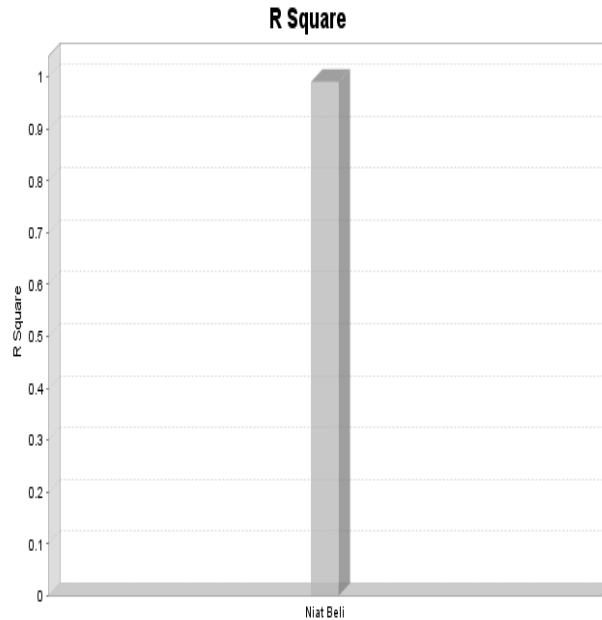
### Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model struktural dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen.

Hasil olah data menggunakan SmartPLS pada Tabel 8. menunjukkan bahwa nilai *R-square* variabel niat beli adalah sebesar 0,991 atau 99,1% yang dipengaruhi oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Subjective Norms*, *Perceived Enjoyment*, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Harga. Sedangkan 0,9 atau 9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Tabel 2 R-Square

	R Square	R Square Adjusted
NIAT BELI	0,991	0,990



Gambar 5 R-Square

### Uji Hipotesis

Setelah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Subjective Norms*, *Perceived Enjoyment*, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Harga.

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output path coefficients*. Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian, hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS niat beli.

### Pengujian Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Niat Beli

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 7. menunjukkan bahwa hubungan persepsi harga terhadap niat beli adalah bernilai signifikan dengan *T-statistic* berada di atas 1,66 yaitu sebesar 4.450 dan nilai signifikansi *P value* < 0,1 yaitu sebesar 0,000. Nilai *original sample estimate* adalah negatif yaitu sebesar -0,281 yang menunjukkan bahwa hubungan *perceived usefulness* terhadap niat beli adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa "*Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat beli".

### Pengujian Pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap Niat Beli

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 7. menunjukkan bahwa hubungan *perceived ease of use* terhadap niat beli adalah bernilai signifikan dengan *T-statistic* berada di bawah 1,66 yaitu sebesar 2.239 dan nilai signifikansi *P value* > 0,1 yaitu sebesar 0,026. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,287 yang menunjukkan bahwa hubungan antara *perceived*

*ease of use* terhadap niat beli adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “*Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap niat beli”.

### Pengujian Pengaruh *Subjective Norms* terhadap Niat Beli

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 7. menunjukkan bahwa hubungan *subjective norms* terhadap niat beli adalah bernilai signifikan dengan *T-statistic* berada di atas 1,66 yaitu sebesar 2,301 dan nilai tidak signifikansi *P value* < 0,1 yaitu sebesar 0,022. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,435 yang menunjukkan bahwa hubungan *subjective norms* terhadap niat beli adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “*Subjective Norms* berpengaruh signifikan terhadap niat beli”.

### Pengujian Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap Niat Beli

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 7. menunjukkan bahwa hubungan *perceived enjoyment* terhadap niat beli adalah bernilai signifikan dengan *T-statistic* berada dibawah 1,66 yaitu sebesar 8,100 dan nilai signifikansi *P value* > 0,1 yaitu sebesar 0,000. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,413 yang menunjukkan bahwa hubungan antara *perceived enjoyment* terhadap niat beli adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “*Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap niat beli”.

### Pengujian Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Niat Beli

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 7. menunjukkan bahwa hubungan pengetahuan produk terhadap niat beli adalah bernilai tidak signifikan dengan *T-statistic* berada di dibawah 1,66 yaitu sebesar 0,073 dan nilai tidak signifikansi *P value* > 0,1 yaitu sebesar 0,942. Nilai *original sample estimate* adalah negatif yaitu sebesar 0,018 yang menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan produk terhadap niat beli adalah negatif. Dengan demikian, hipotesis H5 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Pengetahuan Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli”.

### Pengujian Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 7. menunjukkan bahwa hubungan persepsi harga terhadap niat beli adalah bernilai tidak signifikan dengan *T-statistic* berada di bawah 1,66 yaitu sebesar 0,445 dan nilai tidak signifikansi *P value* > 0,1 yaitu 0,656. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,088 yang menunjukkan bahwa hubungan antara hubungan persepsi harga terhadap niat beli adalah negatif. Dengan demikian, hipotesis H6 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Persepsi Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli”.

Path Coefficients

	Mean, STDEV, T-Val...	Confidence Interva...	Confidence Interva...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sampl...	Sample Mean (M)	Standard Deviation...	T Statistics ( O/S...	P Values		
Pengetahuan Produk -> Niat Beli	0.018	0.072	0.241	0.073	0.942		
Perceived Ease Of Use -> Niat Beli	0.287	0.291	0.128	2.239	0.026		
Perceived Enjoyment -> Niat Beli	0.413	0.404	0.051	8.100	0.000		
Perceived Usefulness -> Niat Beli	-0.281	-0.267	0.063	4.450	0.000		
Persepsi Harga -> Niat Beli	0.088	-0.002	0.197	0.445	0.656		
Subjective Norms -> Niat Beli	0.435	0.465	0.189	2.301	0.022		

Gambar 6 Uji Signifikan

## **Pembahasan Penelitian**

### **Hubungan *Perceived Usefulness* Terhadap Niat Beli**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konstruk *perceived usefulness* terhadap niat beli berpengaruh signifikan terhadap niat beli bibit tenera pada petani rakyat. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingginya hubungan *perceived usefulness* terhadap niat beli petani terhadap bibit kelapa sawit jenis tenera. Karena, menggunakan bibit tenera dalam budidaya kelapa sawit akan menghasilkan buah yang lebih banyak.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H1 diatas, penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati, dkk., (2012) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berhubungan signifikan terhadap niat beli.

### **Hubungan *Perceived Ease Of Use* terhadap Niat Beli**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konstruk *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap niat beli bibit tenera pada petani rakyat. Dengan demikian, hipotesis H2 dalam penelitian ini signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingginya hubungan *perceived ease of use* terhadap niat beli petani terhadap bibit kelapa sawit jenis tenera. Karena menanam bibit tenera merupakan hal yang mudah bagi para petani.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H2 diatas, penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hard dan Eze (2011) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berhubungan signifikan terhadap niat beli.

### **Hubungan *Subjective Norms* Terhadap Niat Beli**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konstruk *subjective norms* terhadap niat beli berpengaruh signifikan terhadap niat beli bibit tenera pada petani rakyat. Dengan demikian, hipotesis H3 dalam penelitian ini signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingginya hubungan *subjective norms* terhadap niat beli petani terhadap bibit kelapa sawit jenis tenera. Karena, para petani menghargai atau setuju bahwa bibit tenera lebih baik dari bibit yang lain.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H3 diatas, penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hirunpattarasilp dan Udomkit (2011) yang menyatakan bahwa *subjective norms* berhubungan signifikan terhadap niat beli.

### **Hubungan *Perceived Enjoyment* terhadap Niat Beli**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konstruk *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap niat beli bibit tenera pada petani rakyat. Dengan demikian, hipotesis H4 dalam penelitian ini signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingginya hubungan *perceived enjoyment* terhadap niat beli petani terhadap bibit kelapa sawit jenis tenera. Karena para petani merasa senang saat menggunakan bibit kelapa sawit jenis tenera.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H4 diatas, penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Juniwati (2015) yang menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berhubungan signifikan terhadap niat beli.

### Hubungan Pengetahuan Produk terhadap Niat Beli

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konstruk pengetahuan produk berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli bibit tenera pada petani rakyat. Dengan demikian, hipotesis H5 dalam penelitian ini tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa rendahnya pengetahuan para petani tentang bibit tenera, sehingga mengurangi niat para petani menggunakan atau membeli bibit tenera terhadap bibit kelapa sawit jenis tenera. Dikarenakan, tidak adanya penyuluhan atau tidak adanya kelompok tani untuk mengarahkan para petani untuk menggunakan bibit kelapa sawit jenis tenera.

### Hubungan Persepsi Harga terhadap Niat Beli

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konstruk persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli bibit tenera pada petani rakyat. Dengan demikian, hipotesis H6 dalam penelitian ini tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa rendahnya hubungan persepsi harga terhadap niat beli petani terhadap bibit kelapa sawit jenis tenera. Dikarenakan, harga tidak terjangkau, sebab pendapatan para petani masih rendah.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, telah disampaikan mengenai proses analisis data dan pengujian terhadap keenam hipotesis yang diajukan sesuai dengan justifikasi teoritis yang telah diuraikan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. *Perceived Usefulness* petani tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli.
2. *Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli.
3. *Subjective Norms* berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli.
4. *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli.
5. Pengetahuan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli.
6. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiutama, I Made Rendy Wicaksana dan I Wayan Santika 2013. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, dan tingkat pendidikan terhadap niat berbelanja kembali pada situs Tokobagus.com. (ojs.unud.ac.id). Diakses pada tanggal 25 Desember 2015
- Ahmad dan Pambudi. (2014). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking (studi pada program layanan internet banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, Vol 8, No 1, 2014.
- Istiana., Laili. 2010. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Beli dan Perilaku beli Produk Susu Ultra High Temperature. *Jurnal Fakultas Peternakan Universitas Gajahmada*, Yogyakarta, Hal.507-512.

- Karo Sekali, A., Afrianti, S., & Trisnanda, N. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Bibit Bersertifikat Pada Perkebunan Rakyat (Studi Pada Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Bilah Hulu Kabupaten Labuhan Batu. *Agriprimatech*, 3(2), 62-73
- Kusuma, Irma Dwi dan Untarini, Nindria. 2014. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4):1573-1583
- KISWANTO, J. HADIPURWANTA, dan B. WIJAYANTO. 2008. Teknologi Budidaya Kelapa Sawit. Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 26 hlm.
- Manullang, M., 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Nawawi, H., 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gadjah Mada University Press, Jakarta.
- Pahan, I., 2006. Panduan Lengkap Kelapa Sawit. Penebar Swadaya. Jakarta
- Setiawan, Tommy dan Richard Andrew. 2012. Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention (Kasus: Kosmetik Merk "X"). *Media Bisnis Trisakti School of Management*, 4(1):3444.
- Siagian, S.P., 2004,. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Swastha, Basu. *Manajemen Penjualan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : BPFE.
- Trisnawati, Ella. Suroso, Agus. Dan Kumorohadi, Untung. 2012. Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (studi kasus pada konsumen fesh shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.19 No. 2 September